Fundamentos del Marketing Multinivel

Mediante este curso pretendemos entregar los conceptos fundamentales de este sistema de Marketing que ha dado de que hablar por generaciones y que parece haberse ido estabilizando, afinando y creciendo en potencialidad con el tiempo gracias a compañías que lo han desarrollado en forma seria y responsable.

Este curso está orientado a personas que deseen desarrollar un negocio independiente como distribuidores de alguna compañía que desarrolle esta estrategia de marketing y/o a aquellos empresarios que vean en este sistema una alternativa de comercializar sus productos o servicios.

En ambos casos, la orientación es claramente para **empresarios, ya sean estos dueños de una compañía de multinivel o distribuidores independientes de la misma.**

Hacemos este alcance ya que esta actividad no puede ser desarrollada con una actitud de dependencia como suele observarse habitualmente, tanto el distribuidor como quien fabrica el producto u otorga el servicio, son empresarios independientes y responsables por sus resultados, sobre todo hoy en que existe una diversidad importante de empresas que han demostrado resultados importantes al involucrarse en este fenómeno social.

¿Qué es el Marketing Multinivel?

El marketing multinivel es un sistema de ventas que una compañía puede utilizar para distribuir sus productos o servicios. Como un sistema de ventas, el Marketing Multinivel contempla la difusión de nuevos productos, la mantención de los consumidores y la expansión constante de la compañía.

Este sistema de ventas está basado en un concepto sumamente sencillo: La recomendación.

Imagine lo siguiente: Ya sea por una actitud preventiva o reactiva, a usted le ha surgido la necesidad de visitar a su mecánico automotriz, sin embargo, su antiguo mecánico se ha mudado a otra ciudad y usted no sabe a quien recurrir.

Bajo estas circunstancias lo normal para cualquier persona es consultar a quienes lo rodean y pedir alguna recomendación.

Si dentro de sus conocidos alguien fue atendido satisfactoriamente por un profesional del rubro naturalmente le hará gustoso una recomendación para que usted solucione su problema sin esperar recibir ninguna recompensa por parte del experto recomendado a pesar de lo eficiente de la publicidad que usted le ha hecho.

Al presentarse ante el profesional recomendado, es posible que lo salude y diga **"fulano de tal me ha recomendado que viniese a verle…"** transmitiendo con esta frase el concepto que **"alguien ha confiado en él"** y por tanto ahora debe **"dar la talla"** al otorgar sus servicios.

Hasta Ahora, siendo la publicidad "boca a boca" (ya sea positiva o negativa) la más eficiente de todas, resulta curioso cómo a diario recomendamos productos y servicios sin recibir una retribución económica a cambio.

Todos nosotros hacemos publicidad de productos y servicios todos los días sin siquiera ganar un descuento por tan importante actividad.

Dentistas, psicólogos, informáticos, consultores y un sinnúmero de profesionales basan su estrategia de publicidad por recomendación a la hora de conseguir nuevos clientes, algunos de ellos han dedicado mucho esfuerzo en tiempo y dinero para aprender más sobre el funcionamiento de estos principios a fin de ponerlos en práctica y hacer crecer su negocio.

En consecuencia a lo anterior, algunos empresarios visionarios se preguntaron **¿Cómo podríamos hacer para que una persona nos recomiende a otra y esta a otra y así sucesivamente y que todos ganen dinero de acuerdo a la eficiencia por su valioso trabajo?**

La respuesta a esta pregunta fue precisamente una estructura de ventas que permitiera ordenar una red de **consumidores/recomendadores** relacionados entre si a fin de recompensarlos económicamente cada vez que la empresa se beneficiaba por su trabajo.

A esta estructura se le denominó Marketing Multinivel, o Marketing de red.

A estos **consumidores/recomendadores**, que de ahora en adelante llamaremos distribuidores, se les ofreció desarrollar un trabajo independiente a la compañía. El trabajo de este **"distribuidor"** consistiría entonces en consumir los productos de una compañía determinada y afiliar a nuevos **"distribuidores",** cada vez que estos nuevos distribuidores consumieran algo de la compañía, la compañía premiaría a sus referidores con un porcentaje de las ventas producidas.

A estos consumidores/recomendadores, que de ahora en adelante llamaremos distribuidores, se les ofreció desarrollar un trabajo independiente a la compañía.

El trabajo de este **"distribuidor"** consistiría entonces en consumir los productos de una compañía determinada y afiliar a nuevos **"distribuidores",** cada vez que estos nuevos distribuidores consumieran algo de la compañía, la compañía premiaría a sus referidores con un porcentaje de las ventas producidas.

Por tanto, **el trabajo del distribuidor sería crear volumen de ventas**, su función sería incorporar a tantos distribuidores asociados a él como pudiera y ayudarles a estos a incorporar a los suyos y luego, hacer lo mismo con los nuevos distribuidores y así sucesivamente, a fin de construir una red lo suficientemente grande como para que se mantenga por si misma.

Dicho de otra manera, el Marketing Multinivel vendría a ordenar y sistematizar la recomendación persona a persona entregando los justos beneficios a cada nodo de la red.

IMAGINE LO SIGUIENTE:

Usted se ha enterado de una compañía que vende un servicio de atención médica a domicilio, la empresa **"Médico Hogar"** parece tener muchos beneficios y además un costo mensual de **U$ 20** que le acomoda y son descontados directamente de su cuenta corriente o tarjeta de crédito en forma automática.

Usted se ha incorporado y la empresa a respondido satisfactoriamente las veces que usted lo ha necesitado. Luego de unos meses la compañía **Médico Hogar** le hace una invitación en que se plantea lo siguiente:

"Ahora que usted es un consumidor satisfecho de nuestro servicio le proponemos convertirse en nuestro distribuidor, la idea es muy simple, solamente debe recomendar nuestros servicios con otras personas, si estas personas se incorporan, nosotros le pagaremos una comisión mensual por su trabajo"

En los próximos meses después de haberse incorporado a esta alternativa usted ha patrocinado a nueve personas generando un ingreso a "**Médico Hogar**" de U$ 180 más su propio consumo que da un total de U$ 200.

La compañía de acuerdo a una tabla de comisiones le indica que a usted le corresponde el 3% de todo lo que usted ha generado en su red, es decir, al final del mes usted recibe un cheque por U$ 6.

Evidentemente este cheque no salvará el mundo pero es una demostración de que el sistema está funcionando, ahora hay que hacerlo crecer de dos maneras, una es incorporar directamente a más asociados a **"Médico Hogar"** y la segunda es ayudar a quienes usted ha incorporado a crear sus propios grupos.

El negocio se vuelve interesante si consideramos que le pagarán mensualmente un porcentaje por todo el volumen de ventas que se genera a partir de usted.

Por consiguiente si cada uno de sus afiliados lleva a nueve personas tendremos 91 personas (1 + 9 + 9*9) que generan un volumen de ventas en su red de U$ 1.820. Evidentemente ahora el cheque es un poco más interesante pero no tanto como el potencial de crecimiento de su organización.

Este ejemplo es muy básico y pretende exponer la idea general.

La primera advertencia es que usted no debe confundir esto con un **sistema piramidal** ya que estas estructuras están ordenadas para que gane más dinero quien más trabaja y no quien está antes que usted, por ejemplo, en un sistema de Multinivel usted podría incorporar una persona, que trae a otra y esta a otra y así sucesivamente, de pronto sucede que alguien de su organización muchos eslabones después de usted está ganando cientos de veces mas dinero que usted. Más adelante explicaremos como funciona esto.

En definitiva lo que queremos exponer hasta aquí es que el multinivel más que una pirámide es como una gran red enmarañada donde algunos puntos se destacan por su calidad de trabajo y esfuerzo.

Algunas connotaciones importantes de este sistema son su característica típica de los bien conocidos **"Negocios Llave en Mano"** y por otra parte, los **"Ingresos Pasivos".** Revisemos algunos de estos conceptos a continuación.

Un Negocios llave en Mano

Podríamos definir este concepto como aquel negocio que ya se encuentra dispuesto a operar donde la infraestructura necesaria, la administración, la logística y los temas legales y de impuestos ya están solucionados.

Sólo necesita a alguien que lo ejecute, y por sobre todo que se encargue de la gestión comercial.

Un negocio llave en mano le permite a usted no tener que concentrar su tiempo y esfuerzo en solucionar temas administrativos o logísticos, usted puede poner todo su esfuerzo en la parte neurálgica de cada negocio, la venta.

Otra de las comodidades de los negocios **"llave en mano"** es que permiten hacerse cargo de una empresa sin tener de partida profundos conocimientos sobre el negocio ya que el paquete también incluye el **know how o el "saber hacer" el negocio.**

Normalmente, las personas que deciden desarrollarse profesionalmente en un emprendimiento por cuenta propia se encuentran con distintas dificultades.

Además de la habitual necesidad de fuentes de financiación, también tiene su dificultad el hecho de tener que diseñar y moldear desde el principio una idea de negocio, ponerla en marcha y mantenerla.

En este contexto parecería ser una buena idea centrarnos en negocios ya probados y en pleno funcionamiento donde su estrategia de expansión consiste en buscar la ayuda de los emprendedores de una región determinada y trabajar en conjunto.

Por esta razón, aquellos emprendedores dueños de un concepto de negocio funcionando y con grandes potenciales de crecimiento, buscan a otros emprendedores para que juntos hagan crecer el concepto.

Los primeros diseñan el negocio y se anticipan a los eventos solucionándolos previamente mientras que los segundos operan el sistema o son parte de él principalmente en la ejecución de la gestión comercial.

Un ejemplo claro de los negocios llave en mano son las franquicias. Si usted desea instalar un negocio donde ya estén solucionados la logística, el plan de marketing, la operación, los impuestos y todos los aspectos necesarios para que la empresa camine, podría comprar una franquicia de McDonald's, Telepizza, Remax o Kentucky Fray Chicken, evidentemente si tiene el dinero para pagar una suma como esa.

La ventaja es que usted no tendrá que esforzarse por conseguir la creencia del público o construir una reputación a lo largo de los próximos años ni correr el riesgo de probar un negocio sin historia, el negocio ya está probado y usted debe aprender, por instrucción de los dueños de la franquicia, cómo hacer las cosas correctamente.

Damos este ejemplo de las franquicias ya que la mayoría de las empresas de multinivel trabajan con un sistema de franquicias, en que el distribuidor tiene acceso a consumir, vender y afiliar a nuevos distribuidores haciendo crecer el negocio sin preocuparse por la fabricación del producto o servicio, las garantías de satisfacción, las

licencias, el transporte, el pago de sueldos de empleados, reportes a directores, pago de impuestos, permisos para operar en un país, etc, etc.

El distribuidor debe ocupar toda su energía en hacer crecer la red, lo cual supone una gran ventaja considerando que el empresario promedio ocupa el 80% de su tiempo en

solucionar problemas de la operación. **Si usted ha tenido una empresa y no ha pasado el umbral de Autoempleado, entiende a que nos referimos.**

Ingresos Pasivos

Este concepto de Ingresos Pasivos, característica también del **Marketing Multinivel**, fue difundido por el connotado escritor **Robert Kiyosaky**, autor del best seller **"Padre Rico Padre Pobre"** y de docenas de otros libros que tratan sobre el funcionamiento del dinero y la relación que usted puede tener con el mismo.

Los ingresos pasivos son ingresos que ganamos por concepto de intereses, dividendos, rentas, utilidades u otros rubros que no requieran de nuestra presencia para continuar recibiéndolos.

Como dice Robert Kiyosaki: *"La razón principal por la cual las personas luchan financieramente, es porque han pasado años en los colegios pero no aprendieron nada acerca del dinero. El resultado es que aprenden a trabajar por el dinero, pero nunca aprenden a tener dinero trabajando para ellos"*

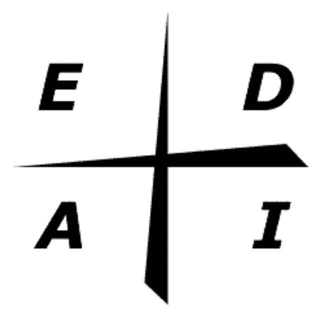
Revisemos un poco más estos conceptos. De acuerdo con Kiyosaki los ingresos se dividen en:

• **INGRESO GANADO:** Es el dinero que se obtiene trabajando para otro, en un empleo. Usted trabaja por dinero.

• **INGRESO PASIVO:** Es aquel proviene de un activo, sin que usted este presente. El dinero trabaja para usted. Ejemplo: ingresos provenientes del mecadeo en red o multinivel.

• **INGRESOS DE INVERSIONES:** Es aquel que proviene de inversiones en acciones, fondos mutuales, etc. El dinero trabaja para usted.

Para entender mejor esta idea de ingresos pasivos mostraremos el **"Cuadrante Del Flujo De Dinero",** que brillantemente se expone en el libro de Robert Kiyosaky: **"El cuadrante del FLUJO DEL DINERO, la guía del Padre rico hacia la libertad financiera".**





El cuadrante de flujo del dinero representa los diferentes métodos por los cuales usted puede generar dinero o ingresos.

El cuadrante ésta compuesto por **4 tipos** de personas que conforman el mundo de los negocios. Tal como observamos en la figura.

1. Los E representan los empleados. Siempre se les puede identificar por sus valores, ya sea el presidente o el conserje de una compañía, siempre dirán estas palabras: **"Estoy buscando un trabajo que me de estabilidad y beneficios"**. Eso es lo que hace un empleado. Sus valores se basan en la seguridad.

2. El otro tipo son los A, que representan a los Autoempleados y de nuevo sus valores hacen que usen palabras tales como: "Si quieres algo bien hecho, hazlo tu mismo". Ser A también significa que hacen todo por sí mismos, generalmente trabajan solos o su empresa, no importando la cantidad de personas que la compongan, no puede funcionar un solo día sin ellos.

3. En el lado derecho del cuadrante están los D, que representan a los Dueños de Negocios o Sistemas que funcionan por si mismos. Ellos dicen "Busco un buen sistema, una buena red y la mejor gente que conozco que me ayude en mi negocio" y a diferencia de los A ellos no quieren manejar sus empresas solos, sino que buscan a los más calificados para que lo hagan por ellos.

4. En el cuarto cuadrante se encuentran los I, que representan a los Inversionistas, estas son personas que tienen a su dinero trabajando por ellos.

¿De que forma se relaciona esto con el Multinivel?

Lo interesante del **multinivel** es que permite a personas comunes y corrientes por medio de una **baja inversión**, pasar del lado izquierdo del cuadrante al lado derecho y así generar ingresos pasivos.

El multinivel permite a las personas invertir en su propio negocio y las ventajas que tiene son múltiples.

Uno de las promesas más importantes dentro del **Multinivel** y lo que lo vuelve tan atractivo para **millones de personas** es que permite generar un tipo de ingreso que, en un nivel determinado, ya no depende del trabajo de quien lo generó.

Estaríamos en consecuencia moviéndonos al **cuadrante D** del flujo del dinero donde la clave es construir ingresos pasivos.

Un Ingreso Pasivo sería algo así como **"construir una máquina"** que genere dinero por si misma. El concepto parece algo utópico sobre todo si usted pasa por alto la palabra **"construir".**

Para conseguir Ingresos Pasivos en el **Marketing Multinivel** como distribuidor, usted necesita **CONSTRUIR** en el tiempo que sea necesario una red de miles de personas para que esta se mantenga por si misma y usted reciba regalías por el consumo de las personas asociadas a su red.

En la práctica sólo algunos logran **"construir"** dicha estructura mientras que muchos otros quedan en el camino.

Sin embargo como dice el proverbio **"Donde uno pudo, otro también puede"** y hoy afortunadamente ya hay antecedentes de miles de personas que se han enriquecido construyendo redes de consumo y venta.

Un Poco de Historia

Fue en la década de 1940 cuando **Nutrilite Inc.,** la primera empresa en otorgar ventajas de multinivel a sus distribuidores, los cuales podían ganar un ingreso pasivo por las personas que invitaban a formar parte de la empresa.

Así comenzó a funcionar la magia de la progresión geométrica logrando un crecimiento impresionante.

Desde esa época el mercadeo en red ha madurado hacia un canal de distribución eficiente y legítimo.

Hoy cerca de **treinta millones de "Networkers"** independientes venden o consumen más de cien millones de dólares de una amplia gama de productos y servicios alrededor del mundo.

Si bien es cierto que las ventas que haga un distribuidor personalmente juegan un papel importante, en este negocio lo que lleva a ganancias realmente sorprendentes es la construcción de una organización de personas que consuman y a la vez recomienden un producto o servicio generando un ingreso pasivo que se sigue percibiendo aunque usted decida tomarse un año libre y descansar en la playa.

Los sistemas de distribución o de compensación de las empresas que están involucradas en el mercadeo en red también han ido evolucionando. De sistemas rígidos y con muchas exigencias de volumen de venta personal a sistemas flexibles en donde por una mínima suma de dinero cualquier persona puede desarrollar su negocio a medio tiempo sin ninguna presión.

Esto junto con la tecnología hace que sea mucho más fácil formar una organización y gente que nunca hubiese considerado la oportunidad de construir una empresa, ahora lo piensen muy seriamente.

El **marketing multinivel** (también llamado marketing de redes, mercadeo en red, mercadeo multinivel, MLM) muestra un modelo de negocios que evoluciona del marketing directo. El Marketing Directo inicia hace muchas décadas con las típicas reuniones en casa donde un anfitrión expone un producto y lo vende a los asistentes a la reunión.

De esto, hoy ha sobrevivido principalmente el concepto de la recomendación donde empresas como IBM y Amazon.com lo han adoptado en sus políticas de expansión.

El marketing multinivel tuvo durante sus inicios un grave problema de imagen por las dificultades de hacer claras distinciones entre el marketing legítimo en red y los **esquemas piramidales** o **esquemas Ponzi.**

Amway *(la compañía pionera del multinivel, fundada en 1959 en Ada, Michigan y desde entonces líder en el mundo en marketing en red con una facturación anual que excede los 6 mil millones de dólares y mas*

de 4 millones de distribuidores en 80 países y territorios), fue procesada por El Departamento de Justicia de los Estados Unidos en los años 70 ganando la demanda y estableciendo las leyes para determinar los legítimos negocios en red.

Los críticos alegaban que algunas compañías consiguen sus beneficios sobre todo, atrayendo nuevos participantes y no a base de vender productos, pero precisamente esa es una de las características que diferencian los **sistemas piramidales** que retribuyen la incorporación de nuevos socios a la pirámide, mientras que los **sistemas multinivel** solo pagan por el movimiento de productos.

Nótese que en un sistema piramidal se cumple la estructura de una pirámide en la manera en que se distribuyen los ingresos. En el Marketing Multinivel, mas que una pirámide lo que se forma es una red gigantesca donde algunos puntos de levantan mas que otros.

Diríamos mas claramente, que en la práctica se genera una gran maraña de personas interconectadas donde algunas ganan más que otras indistintamente del lugar que ocupan, más bien el dinero que gana cada uno de los nodos depende de la estructura de su red más que de la posición.

Suena un poco complejo pero ya lo vamos a entender. Lo importante es entender que su “Patrocinador” o quien le ha invitado a formar parte de un negocio de multinivel puede que no gane nada de dinero mientras usted se esta enriqueciendo o mientras alguien de su organización esta ganado 10 veces más que usted. Con esta definición es imposible dibujar una pirámide

¿Qué hace la diferencia en el Mercadeo en Red?

El Mercadeo en Red es un sistema en el que gente común puede invertir una pequeña suma de dinero y mediante pura tenacidad y determinación alcanzar asombrosos niveles de recompensa financiera y libertad personal.

En esa **pequeña suma de dinero** comparada con una inversión en un negocio tradicional, se incluye la compra de las herramientas necesarias para iniciar un negocio independiente como algún producto o servicio ampliamente aceptados para ser usados personalmente o para compartir con otros.

En este sistema la **distribución de productos o servicios circula directamente del productor al consumidor lo que elimina intermediarios**, cada asociado tiene la posibilidad de incorporar a otros distribuidores y estos a la vez a otros y así sucesivamente y obtener comisiones por el movimiento de productos dentro de su organización.

Los distribuidores tienen la posibilidad de construir una organización muy lucrativa de muchos niveles de profundidad que puede tener cientos o incluso miles de integrantes.

Es un campo que no tiene los típicos inconvenientes de un negocio tradicional como planillas, costos de beneficios del personal, publicidad, gastos fijos, contabilidad y cuentas por cobrar.





Cómo escoger una empresa de multinivel para asociarse

Para asociarnos a una empresa de multinivel como distribuidores independientes, debemos tener en cuenta lo siguiente:

El Producto o Servicio De La Compañía
Debe ser un producto o servicio vendible y con una ventaja competitiva que lo haga único frente a su género.

Es aquí donde se prefieren productos que las personas los consuman constantemente durante toda su vida como los multivitamínicos, servicios médicos o legales permanentes, suplementos alimenticios, etc. y no productos que se compren por una sola vez.

Es importante tener en cuenta el precio del producto o servicio ya que esto es un factor que afecta en gran manera al volumen de pedidos de nuestra organización. Si el producto es demasiado costoso no habrá un volumen de producto considerable por parte de su organización, en cambio si el producto o servicio tiene un precio competitivo su ingreso pasivo no fluctuará mes a mes ya que las personas que hacen parte de su organización lo compraran constantemente.

Investigue Sobre La Empresa
Tenemos una herramienta que facilitará nuestras investigaciones que es la Internet, a través de este medio podemos en poco tiempo averiguar lo necesario sobre cualquier empresa involucrada en el mercadeo en red.

Debemos centrarnos en informaciones tales como las utilidades anuales de la empresa, si su producto o servicio realmente funciona, que porcentaje se reparte de las utilidades a sus distribuidores, hace cuantos años fue creada, en cuantos países a nivel mundial esta legalmente constituida, cuantos distribuidores forman parte de la misma, etc.

Sobre las opiniones, no es una buena idea preguntarle a un vecino o un compañero de trabajo que no tenga ninguna experiencia en el mundo del multinivel. Si desea la opinión de alguien, pregúntele a quien haya creado una organización de multinivel y este ganando dinero.

Sistemas De Distribución De Los Productos Y Servicios.
Otro de los elementos importantes que debemos considerar a la hora de elegir asociarnos a una empresa multinivel, es la forma en que distribuyen sus productos, la idea es:
ENTRE MÁS SIMPLE ES LA FORMA EN QUE SE DISTRIBUYEN LOS PRODUCTOS, MEJOR.
Un caso eficiente corresponde a las compañías que distribuyen servicios, por ejemplo la empresa "Pre- paid Legal Services", desarrolla, suscribe y comercializa planes de servicios legales. Sus asociados ofrecen estos servicios dentro de sus redes de contactos.

Una vez que venden el plan legal incorporando a un nuevo distribuidor, la tarifa mensual es descontada directamente de la cuenta o tarjeta bancaria del consumidor/distribuidor. Las empresas que poseen sistemas en donde la recaudación del ingreso y la distribución del producto son engorrosas, tienen pocas posibilidades de encontrar Networkers profesionales. Sobre todo existiendo hoy miles de empresas de Multinivel que están haciendo bien las cosas.

Recomendaciones Prácticas :

Si la propuesta de un conocido o un anuncio rescatado de la prensa le animan a integrarse en una red multinivel, investigue previamente los antecedentes de la empresa y estudie detenidamente la normativa vigente para no sentirse engañado
Estos consejos prácticos le servirán como guía:

Investigue sobre la legalidad de la empresa con la que va a trabajar.
Contacte con otros vendedores integrados en la red y cerciórese de que la empresa le ofrece garantías.
No se deje llevar por las promesas de dinero fácil de las empresas. Como en cualquier otro negocio, los beneficios dependen del esfuerzo realizado y de los objetivos planteados.
Es muy importante la formación inicial y el reciclaje que le ofrezcan la compañía o la persona que le introduzca en la red. Tenga en cuenta que si decide tomar parte en este negocio, usted será el responsable de ayudar, animar, controlar, soportar y educar a las personas que reclute en su equipo.

Recuerde que la motivación y la formación son claves fundamentales para el éxito de este sistema, consulte si hay un plan de capacitación y motivación. Generalmente estas compañías tienen planes de capacitación de excelente nivel y bajo costo por no decir que en realidad son grandes escuelas para cualquier emprendedor.
No existe un canon de entrada por integrarse en la red. Sin embargo, la empresa puede pedirle a un precio razonable, el pago del material, productos o material formativo para comenzar la actividad.

La empresa no puede exigirle un número mínimo de ventas.

Si la empresa le obliga a comprar un stock inicial, el desembolso debe ser mínimo y ha de formalizar un pacto de recompra o devolución idealmente en las mismas condiciones para los productos adquiridos.

La empresa rozará la ilegalidad cuando la incorporación de nuevos distribuidores incluya un beneficio económico.

Aunque no se lo especifiquen, tendrá que darse de alta como autónomo y pagar su impuesto de actividades. La mayoría de los distribuidores lo hace cuando comienza a generar ingresos.

A pesar de que el negocio depende de usted, resulta muy importante inicialmente tener un Patrocinador que lo encamine en los primeros pasos, entregándole información y apoyándole emocionalmente. Sin embargo debe entender lo antes posible que su patrocinador no es su papá y mientras antes usted tome las riendas de su negocio, más rápidamente podrá comenzar a hacer crecer su negocio.

Por último, la recomendación más importante es que asuma que usted tiene un negocio que no depende de la compañía a la que se ha asociado ni de su patrocinador ni de sus patrocinados, es un negocio propio que debe asumir con madurez empresarial, es SU negocio.

La compañía a la que usted se asocia tiene su propio negocio de fabricación de un producto o servicio, usted es un distribuidor independiente y tiene su propio negocio de distribución, ambos tienen derecho a tener éxito en su propio emprendimiento, como usted es empresario, no puede culpar a nadie por el éxito o fracaso de su emprendimiento ya que es, como dijimos antes, **SU propio negocio.**

No tome esta actividad como un empleo, usted debe pagar las inversiones, correr con los gastos y trabajar como en cualquier negocio propio, excepto que aquí usted no tendrá costos fijos, podrá abrir su negocio en cuantos países este su compañía y retirarse cuando lo desee.

Es interesante mencionar que cuando usted construye una red de distribución importante, puede incluso llegar a escoger la compañía con quién trabajará.

Usted puede asociarse a más de una compañía, puede vender, comprar o traspasar grupos de una red a otra, finalmente un grupo de consumidores organizados es un concepto que se transforma en un capital muy cotizado.

Si usted tiene o ha tenido un negocio tradicional, ya puede ver las ventajas que este modelo propone.

Nos interesa tu opinión

¿Qué es lo más atractivo para ti de este modelo de negocio?

Envía tu opinión a: info@padrericolatino.org

Modelos de distribución de los ingresos

El modelo de distribución de ingresos se refiere a la manera en que la compañía paga a sus distribuidores.

Generalmente una compañía de multinivel distribuirá entre sus asociados un porcentaje fijo de las ventas según cómo esté ordenada la red y los nodos dentro de ella.

Existen varios sistemas de compensación que han adoptado estas empresas, ahora revisaremos algunos.

A lo largo de las décadas las compañías han diseñado diferentes planes de compensación para el marketing multinivel, revisaremos ahora cuatro de los más utilizados en forma resumida ya que cada empresa de multinivel puede construir sus propios sistemas híbridos con diferentes porcentajes en tablas de comisión y bonos de compensación.

Consideramos importante recalcar que un distribuidor en un inicio no necesita conocer todo el detalle del plan que usa su compañía ya que para tener éxito en este negocio el distribuidor deberá llevar a muchas personas a su organización independiente de cual sea el modelo de compensación que use la empresa:

Plan de Ruptura

Este plan permite a los distribuidores auspiciar y recibir el pago por un número ilimitado de asociados a partir de su línea frontal (auspiciados directamente). Para esto la compañía dispone de una tabla de comisiones por volumen de ventas. Su pago será el resultado de multiplicar el volumen de ventas de toda su organización por el porcentaje correspondiente en la tabla menos lo que se le ha pagado a sus asociados de la línea frontal.

Se llama de ruptura porque los lideres que llegan al tope del volumen de ventas en la tabla de comisiones, sobrepasan o rompen esta tabla construyendo así sus propias organizaciones. Este plan contempla entonces dos tipos de distribución de ingresos, los ingresos de la tabla inicial para aquellos que no son líderes o no han llegado al tope de la tabla y por otra parte a los líderes que tienen en su organización otros líderes.

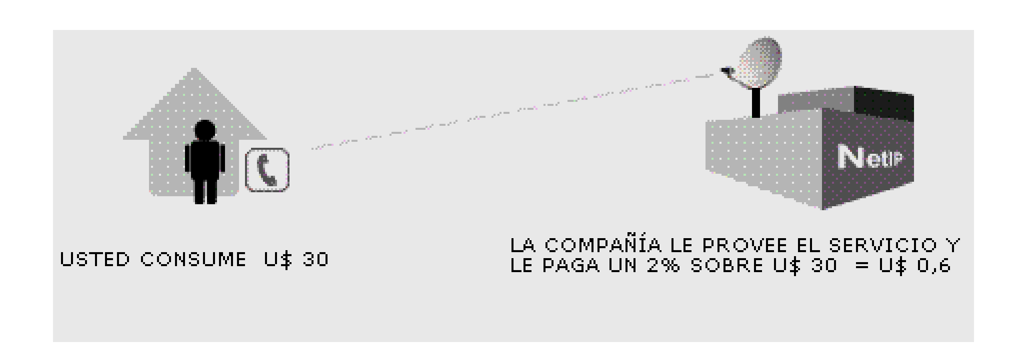
Veamos un ejemplo de este modelo de compensación

Supongamos que usted se ha asociado a una empresa de Marketing Multinivel con un plan de compensación de Ruptura que entrega un servicio de telefonía IP llamada **NetIP**.
La empresa NetIP de acuerdo a su nivel de consumo que genere su red, le pagará a usted una comisión revisando su tabla de comisiones. La compañía distribuye el **30%** de sus ventas en comisiones para los asociados, la tabla inicial va desde un **2%** hasta un **23%**, una vez rota la tabla, el distribuidor líder puede optar a distintos tipos de bonos que completan el **7%** restante.

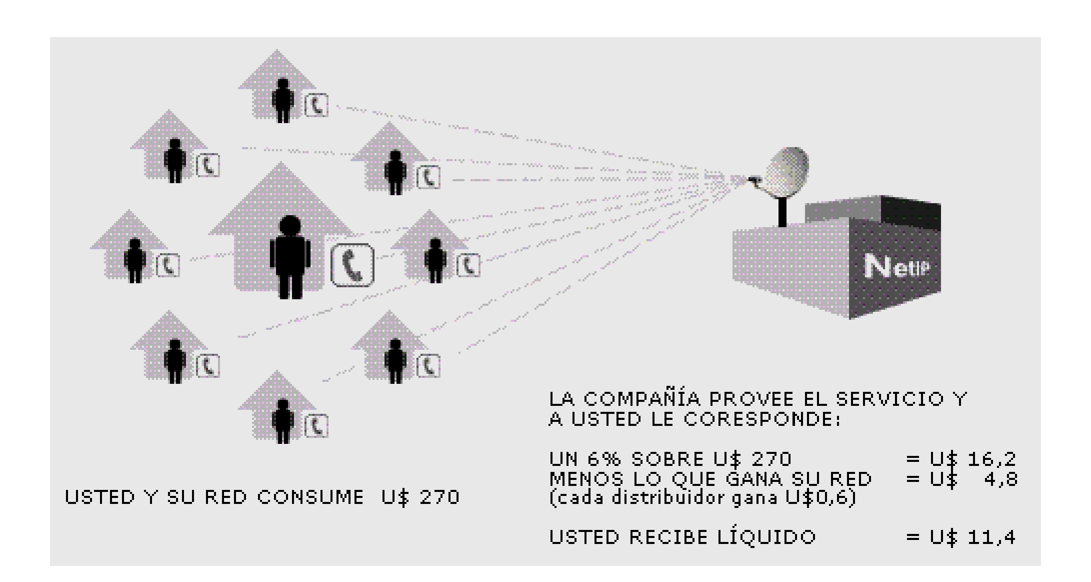
Tabla inicial de comisiones

02 % De comisión por ventas entre 0 y 100 dólares.
03 % De comisión por ventas entre 101 y 200 dólares.
06 % De comisión por ventas entre 201 y 700 dólares.
09 % De comisión por ventas entre 701 y 2500 dólares.
11 % De comisión por ventas entre 2501 y 4000 dólares.
14 % De comisión por ventas entre 4001 y 6000 dólares.
16 % De comisión por ventas entre 6001 y 9000 dólares.
20 % De comisión por ventas entre 9001 y 12000 dólares.
23 % De comisión por ventas entre 12001 y 15000 dólares.

El primer mes usted consume $U 30 en telefonía en su hogar sin tener ningún distribuidor, la empresa de acuerdo a su tabla de comisiones le pagará a usted el 2% de su consumo.



El segundo mes usted consume $U 30 en telefonía en su hogar, ha asociado a 8 distribuidores que también consumen $U 30. Su volumen total de ventas es de $U 270. A usted le corresponde un 6% de comisión menos las comisiones de sus distribuidores, es decir $U 11,4.



Siguiendo esta lógica, si al tercer mes sus asociados incorporan a ocho personas cada uno y todos siguen manteniendo un consumo de U$ 30, usted tendría 73 asociados en su red con:

Una facturación mensual de U$ 2.190 que
por un 9% de comisión según tabla le corresponderían U$ 197,1
Menos los U$ 11,4 que ganan cada uno de sus asociados directos
Usted recibe un cheque por U$ 91,2

Hasta ahora su trabajo ha sido recomendar lo servicios de una compañía de Telefonía IP y generar consumo para ella, cada asociado al incorporarse se registra con un número único de identificación (PIN) que queda asociado al patrocinador que lo invitó al negocio, mediante esta relación numérica, la compañía calculará el volumen de facturación por cada asociado y hará la liquidación correspondiente.

En la medida que los distribuidores comiencen a ascender en la tabla de comisiones de acuerdo a su volumen de ventas, algunos alcanzarán el tope de la tabla. En este caso NetIP ha creando bonos de compensación para repartir el 7% restante.

En general cuando usted llegue a ser un líder o alcanzar el tope de la tabla del 23% su trabajo será ayudar a otros a llegar a este nivel.

En el caso de NetIP tiene varios bonos que sumados completan el 7% restante de lo que la compañía distribuye.

Supongamos que ahora usted ayuda a tres personas a llegar a un 23% en la tabla, recibirá un bono del 4% sobre las ventas anuales de las tres organizaciones que tiene al 23%, sería algo así como 21.600 dólares al año adicionales a lo que recibe mensualmente por sus organizaciones que no han roto la tabla.

Si usted ayuda a seis o doce o veinte personas a romper la tabla simplemente debe multiplicar el valor de este bono.

El resto es multiplicación por lo que debemos mencionar que el 30% de muchísimo dinero es mucho dinero.

El Plan de Nivel Único

En este plan se paga por un número limitado de niveles de profundidad en su organización sin restricción en la anchura o frontalidad de la misma.

Matemáticamente este plan es sencillo y se basa en una tabla de comisiones calculando el volumen de venta de las personas que usted ha llevado directamente más los siguientes niveles que la compañía indique.

Supongamos que la tabla le dice a usted que sólo puede recibir comisiones de su primera línea o de sus auspiciados directos. Por tanto el dinero que usted ganará dependerá de tener muchísimas personas conectadas directamente con usted.

Por ejemplo, si usáramos la tabla anterior para este plan el distribuidor recibiría un 23% de comisión todos los meses si él más sus auspiciados frontales llegan a un nivel de ventas superior a 12.000 dólares.

Este plan también puede contemplar más niveles de profundidad pero existe un límite, por ejemplo usted puede ganar un 6% del volumen de ventas de sus directos, el 3% del volumen de ventas de su segunda generación y el 2% del volumen de ventas de la tercera generación.

El Plan Matriz

Este plan tiene una limitante en la cantidad de personas que usted puede incorporar a su organización según sea la definición de la matriz.
Por ejemplo en una matriz de 3x7, si usted está al tope tiene a 3 personas en su primera línea, 9 en la segunda, 27 en la tercera, 81 en la cuarta, 243 en la quinta, 729 en la sexta y 2187 en la séptima con un total de 3279 personas en su organización.

El derecho a los ingresos lo conforma una tabla parecida a la del plan de Ruptura que está orientada a pagar una comisión según el distribuidor complete correctamente la matriz.

El Plan Binario

En este plan usted deberá llevar solo a dos personas y ayudarle a esas dos personas a llevar dos más y así sucesivamente.

Este plan habitualmente paga una comisión pareja sobre la facturación de su red con un tope del menor volumen de una de las dos organizaciones, es decir: **Si la compañía paga un 3% fijo de comisión por el volumen de venta de su red entonces si su organización A factura 5000 dólares y la organización B factura 12000 dólares, usted reciba su comisión de un 3% sobre 10000 dólares, es decir dos veces el volumen de A.**

En general las compañías que adoptan este modelo tienen bonos y reglas adicionales, como por ejemplo, la facturación por la que no se percibe comisión se acumula para el mes siguiente, usted puede volver a ingresar a su propia red si ha llegado a un volumen de venta, puede traspasar un grupo de un lado a otro según su nivel de ventas a fin de equilibrar las dos organizaciones, etc.

Podemos decir que independiente del plan de compensación que posea la compañía, en todas se cumple una premisa: Para ganar dinero hay que llevar a mucha gente a la organización lo cual requiere tiempo y esfuerzo.

Como recomendación, estos son algunos criterios que debe tener en cuenta antes de elegir un plan de compensación:

TAMAÑO POTENCIAL DEL LA ORGANIZACIÓN: Su organización puede crecer a lo horizontal y a lo vertical, averigüe que limites tiene el plan de compensación tanto a lo ancho como a lo vertical y cuanto es lo máximo que usted puede ganar y donde puede trabajar más cómodamente.
Puede que a usted le sea más sencillo auspiciar a **2 personas** y concentrase en ayudarles adoptando un plan binario que adoptando un plan de Nivel Único donde tendrá que auspiciar a cientos de personas directamente. O viceversa, puede que a usted por su nivel de contacto le acomode un plan de Nivel Único en vez de uno Binario.

CALIFICACIONES: Que se necesita para llegar a generar un buen ingreso, una vez ahí se debe recalificar cada mes o cada año o es por una sola vez.
Debemos tener en cuenta las exigencias de volumen de compra personal mensual ya que si es muy alto no es conveniente por cuanto nuestros distribuidores pueden sentir una fuerte presión que los lleva a abandonar el negocio y también que no sean muy bajos porque esto hace que los distribuidores no se esfuercen por mover productos.

UTILIDADES COMPARTIDAS: Es importante saber que porcentaje de utilidades se reparte a los distribuidores, pero es bueno saber que las empresas que ofrecen un porcentaje muy alto a sus distribuidores seguramente fracasen antes de lo esperado. Lo normal es que una empresa de multinivel comparta entre el **3% y hasta el 30%** de su volumen de ventas con sus distribuidores.

Cómo ganar en este negocio.

Si usted es o desea ser un distribuidor asociado a una compañía de **Marketing Multinivel**, estas son algunas recomendaciones que podemos sugerirle para tener éxito en este negocio y construir una organización sólida y rentable.

Construya un equipo:
Construir un equipo es decisivo en las ventas multinivel, el objetivo es asociar a su red a personas que tengan los recursos, contactos, energías y talento emprendedor, capaz de desarrollar una organización lucrativa.
Este tipo de personas lograra atraer a otras que reúnan las valiosas características antes mencionadas.
Convocar a este tipo de personas a su organización es el primer paso decisivo al desarrollo de una red autosuficiente, una red que crecerá y se sostendrá por años, inclusive sin su participación.

Capacite a su gente:
Saber como ayudar a la gente a crecer es una habilidad clave para un buen distribuidor y puede hacer la diferencia entre tener una red exitosa, en la que la gente se quede durante años o tener una red puerta giratoria en donde las mejores personas se van tan rápido a como ingresaron.

La mayoría de las organizaciones de **Multinivel** tienen un sistema de entrenamiento, contacte a las personas al sistema ya que si bien usted puede enseñar a cinco o veinte personas, no podrá capacitar eficientemente a cincuenta o cien o cinco mil. Si su compañía no tiene un programa de entrenamiento probablemente sea una compañía que recién inicia, entonces usted deberá construir un sistema donde la premisa fundamental será que todos estén conectados a la misma información en el mismo momento.

Lidere persuadiendo:
Como líder de su red usted deberá predicar con el ejemplo. Con frecuencia se tentará a presionar a su gente, inclusive hasta perder la paciencia. Pero esos métodos nunca darán los resultados que usted quiere. El ejemplo es más eficaz que la fuerza.
Para ser un buen líder de su red de contactos debe aprender a moderar sus emociones y entregarse por completo a las necesidades de las personas que conforman su red.
Uno de los principio básicos de este negocio es la duplicación, su gente hará lo que usted haga y no lo que usted diga. Dicho de otra manera, en este negocio usted necesita convertirse en la mejor persona que pueda ser.

Sea flexible:
Mantenga objetivos amplios y no se asuste de cambiarlos cuando la situación lo justifique, tenga tolerancia con las personas y haga un esfuerzo por entenderlos a todos. **Anime a las personas a ser creativas y a explorar al límite sus talentos**.

Asóciese:
A medida que crezca su organización, la gente de su red se apoyará cada vez más en usted, una manera de disminuir estas demandas es asociar parejas y alentarlos a trabajar como equipo para que así se apoyen mutuamente. Para usted debe ser una regla de oro el edificar y promover a su patrocinador y a los patrocinadores de estos, y así sucesivamente, en su **"Línea de Auspicio" tendrá a otros lideres dispuestos a ayudar y que llevan más tiempo y tienen mejores resultados que usted.**

Características claves de un buen distribuidor

Estas son algunas características claves para un distribuidor de multinivel:

Motivación: Motivación es otra palabra para definir ambición. Algunas personas adquieren ambición luego de dificultades económicas, los impulsa la necesidad de demostrar su valor. La motivación brinda poder para superar obstáculos, desprenderse del rechazo y tolerar la frustración.
Persistencia: La persistencia es el hábito de mantener el rumbo, a pesar de todas las dificultades. Se logra dividiendo la tarea en partes pequeñas para evitar que sean situaciones abrumadoras.
Capacidad de aprendizaje: Es el hábito de ser humilde, usted debe pensar constantemente que no sabe nada sobre este negocio, de esta manera probablemente aprensa algo todos los días.
Piel curtida: La piel curtida es la cualidad de se inmune a las criticas. Si usted escucha a sus críticos trabajara para ellos y no en beneficio propio, ha de saber reconocer aquellas criticas mal intencionadas de aquellas que pueden resultar útiles para nosotros.

Las personas exitosas le ayudarán en este negocio a dar pasos agigantados, mientras que los fracasados harán lo contrario, recuerde que un fracasado no desea tener lo que usted tiene sino que usted pierda lo que posee.

Actitud Positiva: El pensamiento positivo es la cualidad de ser feliz en un trabajo, surge de estar tan profundamente absorto en lo que se esta haciendo que uno no tiene tiempo de pensar en otras cosas desalentadoras.
La mejor manera de lograr este estado es tomar su trabajo como si fuera un juego. Deberá establecer reglas, objetivos y alguna manera de obtener el puntaje. **Desafíese todos los días a aumentar el puntaje.**

Compasión: La compasión o empatía no es una emoción o un estado mental, es una acción, un buen distribuidor gana la lealtad de su red demostrando con acciones que cuida de sus intereses.

Visión: Es la capacidad de imaginar un futuro mejor. Significa proponerse objetivos y trabajar constantemente para alcanzarlos.
Nunca se deben olvidar los objetivos. Un buen distribuidor siempre sabe la cuál es la brecha entre su visión y la realidad.

El paso a paso de un distribuidor

Estas son algunas recomendaciones pasa a paso sobre la manera de trabajar este negocio.

Defina su sueño:
Escriba la razón por la que usted está haciendo esto, debe ser una razón potente, algo que no le deje dormir, un sueño tan potente que sea capaz de darle la fortaleza para pasar el tiempo y soportar la presión necesaria hasta llegar a tener una organización sólida y rentable.
Solucionar sus problemas económicos, tener más tiempo para usted y su familia o viajar pueden ser razones poderosas para iniciar este negocio y trabajar día a día hasta conseguir resultados. **Si usted no logra conseguir un sueño, le aseguro que podrá encontrar fácilmente una pesadilla que lo empuje a construir su negocio de multinivel.** No soportar más a su jefe, pagar deudas, o ayudar a su familia puede ser más urgente y motivador que viajar por el mundo.

Haga un compromiso con su sueño:
Una vez definido su sueño, entréguese a él, visualice su éxito, busque información, vea como viven otras personas que ya están allí, relájese y deje un espacio para imaginar. Si usted hace eso su sueño se convertirá en algo posible lentamente. Mientras usted no crea en su sueño, el sueño nunca se realizará.

En este negocio la creencia hace la diferencia. La motivación como cualquier energía en algún momento se agotará, tener un compromiso escrito es la única forma que le dará el valor de continuar, recordar que los resultados de su vida y de los que le rodean dependen de usted y de cumplir su compromiso le devolverá la energía del entusiasmo.

El principio de asociación es fundamental en este negocio, júntese con personas que estén entusiasmadas en su negocio y se contagiará, júntese con quienes le critican y le aseguro que abandonará su negocio y con él sus sueños. **Recuerde que aquellos que le critican nunca pagarán sus cuentas.**
Haga una lista
Construya una lista de personas que tengan un nivel de ambición igual o superior al suyo, sobre todo busque personas exitosas y trabajadoras. No discrimine a nadie, hay muchas razones por la que una persona querría tener los resultados que ofrece este negocio, tiempo libre, libertad financiera, muchos amigos, reconocimiento, enseñar a otros, etc.

Su lista debe estar viva, debe ser una lista que agregue nuevos contactos día a día. Una vez tenga una lista de todos a quien usted conoce, cuénteles a todos sobre su negocio y la oportunidad que está a su alcance. A todos, usted no quiere que su vecino entre en su mismo negocio pero en otra organización y luego… tenga un éxito arrollador. Seguramente usted no querrá mirar desde una gradería cómo su vecino recibe un bono millonario en este negocio y un reconocimiento en un estadio frente a miles de personas.

Contacte e invite a su negocio:
Contactar e invitar es un arte. Para contactar a alguien a este negocio usted debe tener claro que la persona necesitará confiar en usted. El sistema de usar referidos funciona para estos efectos pero por sobre todo lo que le ayudará a transmitir confianza es convertirse en un profesional de este negocio.

Tenga una postura profesional frente a sus prospectos, evite que ellos se sientan perseguidos mientras usted les suplica que ingresen a su negocio. Busque las razones que las personas tendrían para iniciar su propio negocio y concéntrese en eso. No pierda el tiempo, sea breve y hable poco, escuche las razones y motivaciones de las personas y olvídese de las suyas.

No explique el plan de negocios por teléfono, es muy fácil que alguien le diga NO por esta vía. Vístase de urgencia y contacte en forma breve para hacer una cita de negocios.

Para algunos casos bastará con llamar a alguien de su círculo de contacto y decir algo como:

1. *"Hola, hay algo importante de lo que necesito hablarte, voy saliendo ahora para tu casa."*

2. *"Hay un negocio muy interesante que estoy analizando y me gustaría tener tu opinión, necesitas verlo, no se puede explicar por teléfono, pasaré este fin de semana por tu casa."*

3. *Hola, necesito que nos juntemos una hora para conversar de algo muy importante, ¿qué es mejor para ti, que pase mañana en la mañana o en la tarde por tu oficina?*

La idea es simple, no explique el plan de negocios por teléfono, haga una cita personal donde explique de que se trata en forma breve y sencilla.

Muestre el plan de negocio adaptándose a su prospecto. Invitar a su mejor amigo a este negocio y a un desconocido se basan en mantener viva la curiosidad y el entusiasmo.

Muestre el plan de negocios lo antes posible, usted no necesita saberlo todo para explicarle a alguien sobre el funcionamiento del negocio, el entusiasmo será más que suficiente la mayoría de las veces.

Usted nunca crecerá en este negocio si no explica el plan de negocios, su patrocinador puede hacerlo por usted al inicio, pero luego usted debe tomar las rindas de se negocio o nunca despegará.

Cuando muestre esta oportunidad de negocio tenga material de apoyo como recortes en prensa, videos, CD, etc.
Es importante dejar algo con la persona para que este material siga trabajando por usted y sobre todo para tener una excusa de ver nuevamente a una persona. **Si no deja algo para retirar luego es muy sencillo que alguien le diga NO por el teléfono.**

Haga un seguimiento y patrocine:

Una vez mostrado el plan de negocio, esfuércese por llevar a la persona a un evento que organice la compañía, una vez allí será un distribuidor seguro.

La mezcla de mucha gente entusiasmada combinados con la experiencia y seguridad de algunos líderes harán el trabajo.

Tenga siempre a mano un Kit o contrato de asociación, cerrar un patrocinio es la parte más critica de este negocio y debe hacerse en el momento en que el prospecto esté más entusiasmado.

Idealmente usted puede mostrar el plan de negocios y patrocinar inmediatamente a su prospecto, si necesita hacer un seguimiento no deje pasar más de 24 horas, a la hora 25 le aseguro que la motivación de esa persona a quien le brillaban los ojos habrá desaparecido por completo.

Enseñe esta secuencia:
Una vez que usted tenga un asociado enséñele esto:

- Siéntese con él y pregunte cual es su sueño, invierta tiempo en esto.
- Haga que su asociado escriba un compromiso
- Ayúdele a escribir una lista.
- Inicialmente contacte usted personalmente a algunos prospectos de la lista para que el nuevo asociado comprenda el concepto.
- Haga una cita con un prospecto de su asociado o una reunión donde juntarlos a todos.
- Explique el plan de negocio por él.
- Busque a los más interesados y haga un seguimiento.
- Patrocine a dos o tres, busque al más entusiasmado y repita lo mismo.
Agache la cabeza y trabaje en esto una y otra vez hasta que alguien le diga "Llegaste a la meta, ahora levanta la cabeza y recibe tu recompensa"

Crear una empresa Multinivel

Hasta ahora hemos revisado el punto de vista de un distribuidor asociado a una compañía de Network Marketing, sin embargo puede ser que a usted le interese explorar en el Marketing Multinivel una manera de vender sus productos o servicios así como lo han hecho miles de otras empresas en el mundo con resultados asombrosos.

En su modelo de negocio ahora hay un componente muy especial, usted tiene un canal de distribución propio formado por una red de consumidores, ahora usted comenzará a construir una especia de cooperativa cerrada de consumo y venta.

Lo anterior resulta ser una ventaja sin precedentes ya que todo el gasto de poner sus productos en canales tradicionales de distribución más la publicidad necesaria para darle salida ahora no existen y pueden reinvertirse en hacer crecer la red de consumo.

Estas son algunas consideraciones que debe tener en cuenta a parte de las obvias en cualquier empresa:

El contrato con el distribuidor:

La mayoría de las empresas de multinivel basan su trato con el distribuidor mediante un sistema de franquicia, el distribuidor no puede ser empleado de la compañía, sin embargo debe sujetarse a una serie de normas impuestas por esta.

Este modelo le permite percibir un ingreso por venta de las franquicias y renovaciones anuales.

Recomendamos analizar cuidadosamente el contrato de franquicia con su staff de abogados. Revisar los modelos de otras compañías puede ser una buena idea y tener presente sobre todo que usted está haciendo un contrato con su red de distribución que ahora tiene vida.

Si después de tener doscientos mil nodos en su red que consumen y venden sus productos probablemente deberá analizar que sucede si su canal de distribución comienza a exigirle

cosas con la presión de paralizar la red. Finalmente una red de distribución organizada puede distribuir cualquier otra cosa.

Hace pocos años atrás, Amway, el gigante mundial del Multinivel vio suspendidas todas sus operaciones durante cuatro meses porque su canal de distribución le envió una carta con algunas cosas que no le parecían bien.

Recomendación: Concéntrese en los lideres y gane su respeto admiración y amistad.

Los productos o servicios:

El producto o servicio debe ser de consumo repetitivo, masivo y de alcance internacional. Si el producto es de consumo repetitivo, usted podrá vender mes a mes a su red el mismo producto sin la presión de estar haciendo grandes innovaciones en la oferta de productos o servicios. *Por esta razón resulta frecuente ver empresas de multinivel que distribuyen jabón, productos de belleza, suplementos y complementos alimenticios, servicios médicos, legales o tecnológicos, etc.*

Sin duda uno de los éxitos más innovadores del marketing de multinivel se presenta en los servicios. Si usted entrega un servicio que puede ser consumido a diario puede que esté frente a un modelo de marketing ideal para su compañía.

El producto o servicio debe ser masivo, los asociados deben comprender rápidamente que cualquier persona es un potencial para su organización dentro de su círculo inmediato, su ciudad o país. El crecimiento no debe estar limitado a un solo país ya que entre más grande sea el potencial de crecimiento, más personas se sumarán al concepto y más lejos llegará su producto o servicio.

El sistema de abastecimiento y la transacción de compra:

Cada distribuidor deseará que la manera de realizar el pedido y la entrega del mismo sea expedita, finalmente cada nodo de la red es un negocio que debe cumplir con sus clientes. **Las demoras en las entregas o lo engorroso de una solicitud de pedido puede frenar o hacer fracasar este negocio.**

Los distribuidores ponen en juego su reputación y lo último que esperan es que la compañía tenga problemas con los productos.

Facilite la manera en que las personas solicitan, pagan y reciben el producto o servicio, entre más cantidad de pasos existan en estas operaciones más complicado y desmotivador será para un asociado realizarlas.

En este sentido, el ejemplo de las compañías que vender servicios que son descontados en forma automática de la cuenta bancaria de los asociados es un buen ejemplo.

El plan de compensación:

Estudie a fondo los planes de compensación y póngase en todos los casos, recuerde que un incumplimiento en los pagos con sus asociados destruirá el negocio, su reputación y varios años de su futuro.

Póngase en todos los casos especialmente de distribución de comisiones y no espere un crecimiento lento. Los sistemas de multinivel se caracterizan por ser explosivos.

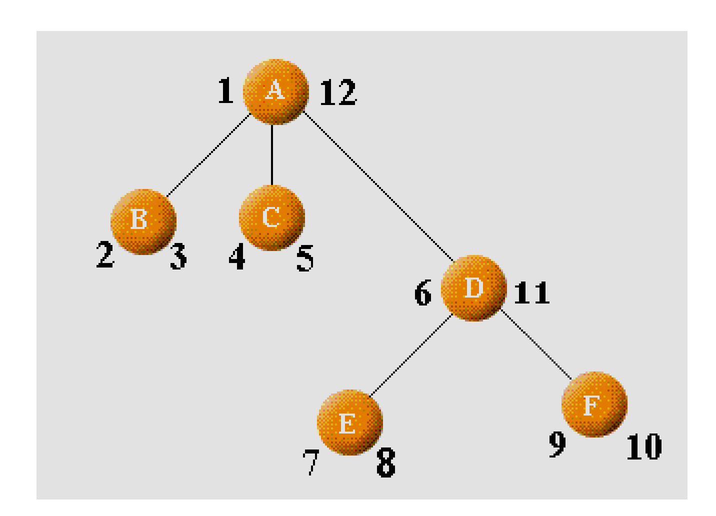
El sistema de control:

Sin duda usted necesitará de muchas herramientas tecnológicas para comunicarse con sus franquiciados en forma ágil y segura.

Una de las inversiones más obvias es un sistema informático que controle el volumen de venta de cada nodo de la red y las relaciones entre ellos.

La mayoría de estos sistemas desde el punto de vista informáticos usan algoritmos propios de estructuras arborescentes. Cada nodo de la red crecerá en forma impredecible, por tanto una manera de controlarlos es crear una ubicación numérica a la izquierda del nodo y a la derecha del nodo.

Por ejemplo, si tenemos una organización con esta estructura:



Debemos recorrer todo el árbol desde izquierda a derecha para marcar el contorno de la estructura y numerarla nodo a nodo.

En este ejemplo podemos ver que la organización del nodo A está comprendida entre los izquierdos mayores a **1** y los derechos menores que **12**.

Por otra parte la organización del nodo **D** está comprendida entre los izquierdos mayores a **6** y los derechos menores que **11**.

En consecuencia al organizar una base de datos simplemente debemos incluir el dato de la ubicación izquierda y la ubicación derecha del nodo.

Estos datos nos permitirán fácilmente consultar por volúmenes de venta, calcular comisiones, eliminar y agregar nodos reordenando la estructura.

El reparto de comisiones:

En este aspecto resultan cruciales dos conceptos, por una parte la transparencia en el cálculo de comisiones y el cumplimiento del pago en disponibilidad y fecha.

Su sistema de control debe ser capaz de entregarle a cada asociado la estructura y movimiento de productos y servicios de toda su organización en forma rápida y segura. *Cada asociado necesita saber como está la salud de su organización en cada momento sobre todo al momento de calcular comisiones y alcanzar metas.*

Debe tener en cuenta que la mayoría de las personas desconfiarán del sistema hasta que reciban su primer cheque. El primer cheque o depósito debe estar el día indicado y por el monto preciso, por tanto debe solucionar administrativamente la manera en que pagará a miles de personas sus comisiones.

Construya un sistema de capacitación

Sin un programa de capacitación y motivación es muy probable que su negocio no despegue, por lo tanto, su modelo de negocio debe contemplar un sistema de capacitación. **Muchas compañías de multinivel construyen empresas independientes que capacitan y motivan a los asociados.**

Esta es una tarea que requiere de especialización y profesionalismo, hacer seminarios mensuales, distribuir literatura inspiradora, mantener a los franquiciados asociados en eventos permanentes y conectados a un sistema le dará gran potencia a su negocio y facilitará las cosas a los asociados.

Debe tener en cuenta que este negocio de capacitar a su gente debe autosustentarse, por tanto nada es gratis para ellos y debe evaluar que la capacitación puede ser un negocio que genere ingresos importantes.

Controle el crecimiento

Controle al máximo las etapas de crecimiento, recomendamos probar este sistema mediante prototipos y marchas blancas acotadas, recuerde que un pequeño error inicial puede destruir rápidamente el capital más importante de se compañía, la reputación.

Aprenda del éxito de otros:

Una buena idea al momento de construir una empresa de multinivel sería acumular un poco de experiencia analizando o mejor aun siendo parte de una empresa exitosa de multinivel.

Estas son algunas referencias de empresas exitosas que vale la pena revisar

Herbalife:

Fundada en 1980, **Herbalife** es una empresa dedicada a vender productos, para perder peso y de salud, distribuyéndolos mediante publicidades y marketing multinivel.

Fue fundada por **Mark R. Hughes** a la edad de 23 años, que murió en el año 2000, a la edad de 44 años.

La motivación de Mark para crear esta compañía fue la muerte de su madre cuando tenía 18 años por una sobre dosis de medicamentos para contolar su peso, como consecuencia de esto investigó la herbolaria china y creó los primeros productos **Herbalife**.

En febrero de 1980, **Mark Hughes** empezó con la empresa vendiendo los productos Herbalife desde la cajuela de su automovil.
En 1982 Herbalife se vuelve internacional con la apertura de Canadá, facturando más de $2 millones.
En 1986 Herbalife comienza a cotizar en bolsa de valores, en el índice NASDAQ.
En 1992 pasan a tener unas ventas de 21 millones de dólares. En 2006 Herbalife llego a ventas por 3.000 millones de dólares y prevé facturar 5.000 en el 2007.

Los productos **Herbalife** son elaborados por un equipo científico en donde se encuentran premios nóbel de medicina (Dr. Louis Ignarro), el elegido en 2005 el mejor médico gastroenterólogo del mundo (el Dr. Mario Rosemberg) así como el director del Centro de Nutrición Humana de la UCLA (Dr David Heber)

Herbalife actúa en la industria de mayor crecimiento a nivel global de la última década, la **industria del bienestar** que prevee ventas por 1 trillón de dólares para el 2010, siendo **Herbalife** la empresa líder de la industria y líder en empresas de control de peso.

HERBALIFE paga **hasta un 73%** de comisiones y es **la empresa que más paga** en el mundo a sus distribuidores, actuando al día de hoy **en 64 países**.

Solicitar info acerca de Herbalife: info@padrericolatino.org asunto: Herbalife

Omnilife:

En 1991 se puso en marcha la que sería la empresa pionera de **Omnilife, Omnitrition de México**. A partir de enero de 2001 su nombre cambió a Omnilife de México. Su objetivo principal era el de ofrecer al mercado los mejores productos nutricionales, brindando a

más personas salud y la oportunidad de realizar una labor de servicio con un atractivo económico creciente.

Alcanzar dichos objetivos significó enfrentar difíciles retos. Por una parte, aplicarse con imaginación y rigor a la investigación, realizar la más cuidada selección de las materias primas y extremar los controles de calidad, para así satisfacer las exigencias de contribuir a una novedosa y sana nutrición.

Por otro lado, era necesario que las nuevas estrategias a emplear se hicieran cada vez más eficientes, y de esta manera beneficiar al mayor número de personas en la búsqueda de su realización personal y económica.

El sistema de comercialización de Omnilife consiste en ofrecer al mercado productos de manera directa, a través de distribuidores independientes.

Poner en marcha el Multidesarrollo a partir de una empresa de capital enteramente mexicano, supuso satisfacer grandes exigencias, tanto económicas como sociales. Por una parte, hacer de la inversión productiva una política permanente, tendente a la continua creación de infraestructura y generación de empleos. Y, por otra parte, hacer cada vez más partícipes del crecimiento a todas las personas vinculadas al proyecto.

Solicitar info acerca de Omnilife: info@padrericolatino.org asunto: omnilife

La compañía: Tahitian Noni Internacional.

A principios de los años noventa, el científico en alimentos John Wadsworth oyó hablar de un fruto tropical llamado noni, una fuente que los nativos de Tahiti Nui siempre habían utilizado por sus propiedades sanadoras. Intrigado, comenzó un curso de investigación que lo llevaría a muchas horas de investigaciones en la biblioteca y periódicos profesionales. Finalmente, su búsqueda lo llevó a concluir que era necesario realizar un viaje a Tahití.

Al regresar a los Estados unidos, John se unió a un colega, el científico especializado en alimentos: Stephen Story.
Los dos trabajaron durante casi tres años perfeccionando la fórmula para el Jugo Thahitian Noni**.** Ellos investigaron y buscaron el conocimiento de expertos en el campo, particularmente del renombrado experto en el noni Dr. Ralph Heinicke, quien había estudiaba sus propiedades desde 1953.

Solicitar info acerca de Tahitian Noni: info@padrericolatino.org asunto: Tahitian

Travel One:

Empresa dedicada a proveer servicios de Turismo, la 2° industria de mayor crecimiento a nivel global.

Fundada en 1998 y con actuación en 18 países, permite a cada distribuidor tener su propia “agencia de viajes” y distribuir productos y servicios turísticos por medio de Internet, la herramienta más fantástica creada para tal fin.

Solicitar info acerca de Travel One: info@padrericolatino.org asunto: Travel One

Pre paid legal services:

Esta compañía fundada por Harland Stonecipher, desarrolla, suscribe y comercia planes de servicios legales. Estos planes proporcionan beneficios que incluyen consultas ilimitadas a abogados, preparación de testamentos, defensas en multas de tránsito, defensa de acusaciones relacionadas con automóviles. El costo del plan básico es de 14,95 dólares, por mes. En la actualidad la compañía tiene más de 700 mil clientes y aproximadamente 185 mil distribuidores o asociados. Pre paid Legal cotiza en la bolsa de valores de Nueva York. Es una compañía cuyas ganancias han crecido de 60 millones de dólares en 1996 a 160 millones en 1998, sus ventas aumentaron de 51 por ciento en cinco años y cuyas ganancias por acción subieron el 175 por ciento en el mismo periodo.

Solicitar info acerca de Pre-Paid: info@padrericolatino.org asunto: Pre-paid

Conclusión

Esperamos a través de este curso haber expuesto en forma imparcial este fenómeno social llamado Marketing Multinivel. Si bien hoy son muchos los detractores de este sistema por experiencias negativas o simplemente por comentarios de alguien más, también es cierto que hay quienes logran tener resultados y defienden este modelo por el impacto positivo que ha generado en sus vidas.

Así como hay miles de personas que han fracasado en esto también hay grandes referentes de personas exitosas como en toda otra actividad humana.

Nuestra visión es que esta actividad a parte de ser una gran escuela, puede efectivamente entregarle a usted un negocio con beneficios inigualables.

Recuerde que no son las cosas las que funcionan sino que son las personas las que hacen funcionar las cosas, es decir, un emprendedor iniciará un negocio como este y tendrá resultados.

Padre Rico Latino tiene acuerdos con la mayoría de las empresas de Multinivel, pues el mismo Robert Kiyosaki destaca la enorme valía de comenzar el viaje a la Libertad Financiera de la mano del MLM. En caso de estar interesado en conocer una empresa de multinivel, por favor, envínos un mail a info@padrericolatino.org **para brindarle más información o bien para enviarle una invitación a una presentación de la oportunidad de negocios quee cada una de éstas empresas brinda en el país.**